

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan sesuai yang dirumuskan pada hipotesis adalah sebagai berikut:

1. *Price* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dengan nilai *t-value* 2,08. Sehingga konsumen merasa dengan harga yang telah ditawarkan oleh restoran Chubo-Chubo dapat memberikan kepuasan bagi para konsumennya sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *price* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya telah terbukti
2. Pengaruh *service quality* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dengan nilai *t-value* 2,19. Sehingga dengan memberikan kualitas layanan yang terbaik pada konsumen akan menciptakan suatu kepuasan tersendiri dalam benak konsumen. Sumarwan (2004:158) menyatakan faktor utama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di tunjungan Plaza Surabaya telah terbukti.
3. Pengaruh *customer satisfaction* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dengan nilai *t-value* 3,53. Sehingga bila konsumen secara keseluruhan konsumen merasa puas pada restoran Chubo-Chubo, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang

pada restoran Chubo-Chubo. Jones dan Sutisno (2003:145) menyatakan Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada restoran Chubo-Chubodi Tunjungan Plaza Surabaya telah terbukti.

4. *Service Quality* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dengan nilai *t-value* 5,86. Sehingga dengan pelayanan yang memuaskan yang diberikan kepada konsumen akan berdampak pada loyalitas untuk melakukan pembelian berulang. Casalo *et al* (2008) menyebutkan Kepuasan dapat mempengaruhi evaluasi pelanggan dalam menilai kualitas layanan. Sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya telah terbukti.

5. Pada penelitian *price* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dengan nilai *t-value* 1,73. Nilai *t-value* yang lebih kecil dari 1,96 maka hasil penelitian yang dilakukan oleh Hoseinpour *et al* (2012) tidak mendukung dalam penelitian ini, sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya tidak terbukti

6. Pada penelitian *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dengan nilai *t-value* 2,08. Penelitian yang dilakukan oleh Hoseinpour *et al* (2012) mendukung dalam penelitian ini. Sehingga hipotesis keenam yang menyatakan bahwa *service quality*

berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya telah terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademik

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam mengerjakan penelitian. Karena dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, maka untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penambahan-penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran-saran praktis bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memperhatikan dalam harga yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat terjangkau oleh semua kalangan tetapi tidak mempengaruhi dalam hal kualitas rasa. Dengan menjaga harga yang stabil sesuai dengan kualitas yang ditawarkan hal tersebut akan meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Perusahaan harus terus meningkatkan dari kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan memiliki kualitas layanan baik konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka kualitas layanan perlu ditingkatkan karena dengan memiliki kualitas layanan yang

dapat memuaskan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen untuk mengkonsumsi menu masakan yang ada pada restoran tersebut.

3. Perusahaan harus terus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Bila konsumen merasa puas dengan pelayanan dan harga yang ditawarkan, maka konsumen akan membicarakan hal-hal yang positif yang pernah dialami. Perusahaan harus mempetahankan pelanggan yang memiliki kepuasan yang tinggi, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan agar perusahaan dapat tetap bertahan dan dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

4. Perusahaan harus terus meningkatkan loyalitas pelanggan, karena dengan memiliki pelanggan yang loyal akan meningkatkan keuntungan yang diterima oleh perusahaan. Salah satu yang dapat dilakukan perusahaan agar tetap loyal yaitu dengan mengajak pelanggan bergabung menjadi member, sehingga pelanggan yang memiliki kartu member akan mendapatkan potongan harga setiap kali melakukan pembelian pada menu-menu yang ditawarkan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agustin, E., *Analisis Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Harapan Pelanggan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Produk Laptop Acer*, Jurnal Teknik Industri.
- Amryyanti, R, Sukaatmadja, I., dan Cahaya, K, N., 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Lnc Skin Care Singaraja*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.2, No. 1.
- Artati, P.S., 2006, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemasok Terhadap Kepuasan Hotel-Hotel di Bali*, Denpasar: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar.
- Assauri, S., 2003, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT.Grafindo Persada.
- Bahar, T., 2009, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Penggunaan Moda Angkutan Umum Informal* *Symposium XII FSTP*, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Casalo, L.V. C.Flavian., and M. Guinaliu., 2008, *The Role of Satisfaction and Website Usability in Developing Customer Loyalty and Positive Word of Mouth In The E-Banking Service, The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No.5, pp. 339-417.
- Cheng *et al.*, 2011, *A Study on Exploring The Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty in The Fast Food Industry: With Relationship Inertia as a Mediator*, African Journal of Business Management, Vol. 5(13), pp. 5118-5126, 4 July, 2011.
- Croonin, J.J. dan Taylor, S.A., 1994, *SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance Based and Perceptions-minus-expectations Measurement of Service Quality*, Journal of Marketing, Vol. 58, No.1, pp.125-131.

- Djarwanto dan Subagyo, P., 1995, *Statistik Induktif* , Edisi 4,Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, Darmadi, *et al.*, 2001,*Strategi Menaklukan Pasar*, PT Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.
- Ernawati dan Sriwidodo, 2011, *Pengaruh Citra Warung Steak Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2011: 159-171.
- Ferdinand, A. 2006. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2005., *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan, 2007, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua*, *Derema Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No.1, Januari, hal 39-62.
- Hariato, D., dan Subagio, H., 2013, *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai DEJA-VU Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, (2013) 1-8.
- Hoseinpour *et al.*, 2012, *Evaluation of Factor Affecting Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, Dalam jurnal *Business Management*, Volume 6, 2012.
- Hurriyati, R., 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta: Bandung. In *The Service Factory, The Journal of Service Marketing*, vol. 20, No.1. pp. 59-72.
- Kahitu, 2008, *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 1, hal 83-166.

Kartajaya, H., 2002, *Marketing in Venus*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jilid I

Kotler, P., 2003, *Marketing Management*, New Jersey: 11th Ed. Prentice Hall International Edition

Kotler, P., dan Keller, K.L., 2003, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Cetakan III, Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo

Kurniasih, I.D., 2012, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. I, No. 1, September 2012.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

Olorunniwo, F., Hsu, M.K., and Udo, G.P., 2006, *Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral*.

Rangkuti, F., 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratminto, dan Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan*, Jakarta: Pustaka Pelajar.

Suprihanti, A., 2011, *The Effect of Service to Customer's Loyalty, International Research Symposium in Service Management*, Yogyakarta, INDONESIA, 26 – 30 July 2011.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Suwarni dan Mayasar, S.D., 2011, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ekonomi Bisnis, TH. 16, No. 1, Maret, 2011.
- Suwarni dan Mayasari, 2011, *Pengaruh Kualias Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ekonomi Bisnis, TH.16, No.1.
- Tjahjono, H., 2013, *Bisnis food and beverage di Surabaya masih prospektif*, diakses 13 November, 2013, <http://kabarbisnis.com>
- Tjahjono, H., 2013, *Tahun depan, bisnis restoran diprediksi tetap bertumbuh*, diakses 20 Desember , 2013, <http://kabarbisnis.com>
- Tjiptono, F., 2005, *Pemasaran Jasa*, Cetakan pertama, Malang: Bayu Media Publishing.
- Utami, M.M., dan Hanum, A.,A, 2010, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Word Of Mouth Mahasiswa UNIMUS*, Prosiding Seminar Nasional UNIMUS, 2010.
- Wahyuni, S., 2008, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Yamaha Motor Kencana Indonesia Semarang*, Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol, 8 No. 2, Agustus 2008.
- Yamin, S dan Kurniawan., H., 2009, *Structural Equation Modelling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuisitioner dengan LISREL-PLS*, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek
- Zeithalm, Valarie A., A, Parasuraman and Berry, Leonard L., 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, and Dawyne D. Gernler, 2009, *Service Marketing: Intergrating Customer Focus Across the Firm*, New York: McGraw-Hill Companies Inc.